

Capítulo 10

Sistemas agroalimentares alternativos, construção social de mercados e gastronomização de produtos agroextrativistas do cerrado brasileiro

Laura Maria Goulart Duarte

Stéphane Guéneau

Janaína Deane de Abreu Sá Diniz

Carlos José Sousa Passos

1. Introdução

Segundo maior bioma brasileiro, localizado em grande parte na Região Centro-Oeste e ocupando quase um quarto do território nacional, o Cerrado se estende em área contínua por 11 estados: Bahia, Distrito Federal, Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Paraná, Piauí, São Paulo e Tocantins, tendo enclaves também nos estados do Amapá, Roraima e Amazonas, localizados na região Norte do Brasil. É formado por uma grande variedade de ecossistemas com uma enorme diversidade de plantas, sementes, frutos e outros produtos, muitos dos quais endêmicos e tradicionalmente utilizados na alimentação das comunidades locais. Como aponta a literatura, o Cerrado brasileiro tem um grande potencial agroextrativista, e as populações locais que exploram os produtos da biodiversidade têm uma importância quase vital para a conservação e sustentabilidade do bioma e a valorização de seu patrimônio cultural e alimentar (RODRIGUES, 2004; MEDEIROS, 2011).

Até a segunda metade do século XX, o Cerrado era praticamente desconhecido por grande parte dos brasileiros, o que mudou a partir de uma série de iniciativas que transformariam a Região Centro-Oeste em um território de grandes projetos desenvolvimentistas, públicos e privados, contribuindo, em grande parte, para a construção das duas visões que se tornaram hegemônicas a partir da década de 1960: a primeira, do Cerrado como um espaço vazio a ser ocupado e, a segunda, como “celeiro” do país. Para além da visão econômica, que se tornou hegemônica nas últimas décadas, a perspectiva que orienta este capítulo é a do Cerrado como um território de identidades culturais, das

quais se destacam os patrimônios alimentares. Esse olhar sobre o Cerrado permite reconhecer e dar visibilidade à riqueza de sua sociobiodiversidade, aos conhecimentos e práticas dos diferentes atores territoriais, como é o caso das comunidades agroextrativistas e atores ligados à gastronomia local e regional.

Algumas ações recentes, centradas na conservação da diversidade biológica e cultural do Cerrado, fazem parte de uma nova dinâmica territorial que tem proximidade com a perspectiva de desenvolvimento endógeno (SACHS, 2000; BARQUEIRO, 2002; ECHEVERRI, 2009). Entre essas ações, destacam-se as relacionadas à valorização de produtos agroextrativistas pela gastronomia e a construção de mercados alternativos para os mesmos.

O potencial dos produtos do Cerrado e a importância que sua valorização na área da gastronomia pode representar para a geração de emprego e renda, bem como para a qualidade de vida das populações agroextrativistas, tem sido objeto de estudos e debates (OLIVEIRA; DUARTE, 2008; RIBEIRO *et al.*, 2008; DINIZ *et al.*, 2013; ZANETI, 2017). Além disso, o uso sustentável de produtos alimentares provenientes da biodiversidade do Cerrado também é visto como uma estratégia complementar para as formas mais tradicionais de conservação de biomas, como as áreas protegidas (ABRAMOVAY, 1999; RIBEIRO *et al.*, 2008).

As tradições culinárias locais permanecem fortemente ligadas ao uso de certas frutas e sementes regionais (COELHO *et al.*, 2009; DE OLIVEIRA *et al.*, 2016) e estão sendo resgatadas e valorizadas por processos dos quais fazem parte movimentos sociais e renomados chefes de cozinha brasileiros. O consumo alimentar de produtos mais diversificados e processados do

bioma também está crescendo nos últimos anos, especialmente em restaurantes das grandes cidades do Brasil, como Brasília e outros centros urbanos (COELHO; BAHIA; VASCONCELOS, 2009; DE OLIVEIRA *et al.*, 2016; ZANETI; BALESTRO, 2015; ZANETI, 2017). Como foi salientado por Zaneti (2012; 2017), o envolvimento dos chefes de cozinha, verdadeiros artesões da costura entre a tradição e a modernidade, tem sido fundamental para a divulgação e uso desses produtos. As diferentes formas de singularização dos produtos utilizados pelos atores da gastronomia conferem valor aos mesmos e os tornam mais atraentes para um determinado segmento de consumidores, permitindo, também, estabelecer uma certa ordem de condição social dentro da qual é possível reconhecer esses atores.

Com base na teoria da construção social dos mercados, elaborada sob a perspectiva da nova sociologia econômica, podemos dizer que esse processo faz parte de um movimento recente de construção social de sistemas alimentares alternativos (DEVERRE; LAMINE, 2010) que se colocam em oposição aos sistemas agroalimentares clássicos dominados pelo agronegócio. Alguns eventos recentes ligados à gastronomia fazem parte desta nova dinâmica, entre os quais se destaca o Festival Gastronômico Cerrado Week, organizado pelo movimento Slow Food Cerrado¹¹³ em parceria com outros atores sociais.

113 Fundado em 1986, o movimento Slow Food se tornou uma associação internacional sem fins lucrativos em 1989, cujo princípio básico é o direito ao prazer da alimentação, utilizando produtos artesanais de qualidade especial, produzidos de forma que respeite tanto o meio ambiente quanto as pessoas responsáveis pela produção (<http://www.slowfoodbrasil.com/slowfood/o-movimento>. Acesso em: 10 maio 2016). O Slow Food Cerrado, fundado em novembro de 2009, desenvolve atividades em Brasília e entorno, tendo como foco a valorização do bioma Cerrado (<http://www.slowfoodcerrado.org>. Acesso em: 17 maio 2016).

Um número crescente de estudos, baseados nas abordagens da nova sociologia econômica, focam no surgimento desses sistemas alimentares alternativos no Brasil a partir de uma análise dos circuitos curtos de comercialização (DAROLT; LAMINE; BRANDEMBURG, 2013; DE LIMA DUARTE; THOMÉ, 2015; DINIZ; CERDAN, 2016), dos dispositivos de reconhecimento territorial (MOLINARI; PADULA, 2013; NIEDERLE, 2015) ou dos sistemas de produção alternativos (NIEDERLE, 2014a; REDIN, 2015). Porém, embora os atores da gastronomia tenham um papel importante na construção desses sistemas, em particular na Europa, constatamos, com poucas exceções (ZANETTI; BALESTRO, 2015), um número insignificante de trabalhos de sociologia que se interessaram especificamente sobre as estratégias desenvolvidas por esses atores para valorizar os produtos oriundos dos sistemas não dominantes no Brasil, como o agroextrativismo.

Da mesma maneira, a literatura de sociologia econômica que trata dos sistemas agroalimentares alternativos no Cerrado revela grandes lacunas, mostrando apenas poucos estudos de casos sobre, por exemplo, a construção social do Café do Cerrado (CAMPOS; VALENTE, 2010). A maioria dos estudos se concentra nas regiões do Sul do país (DE LIMA DUARTE; THOMÉ, 2015), tomando como principais objetos de estudos os circuitos curtos e as indicações geográficas.

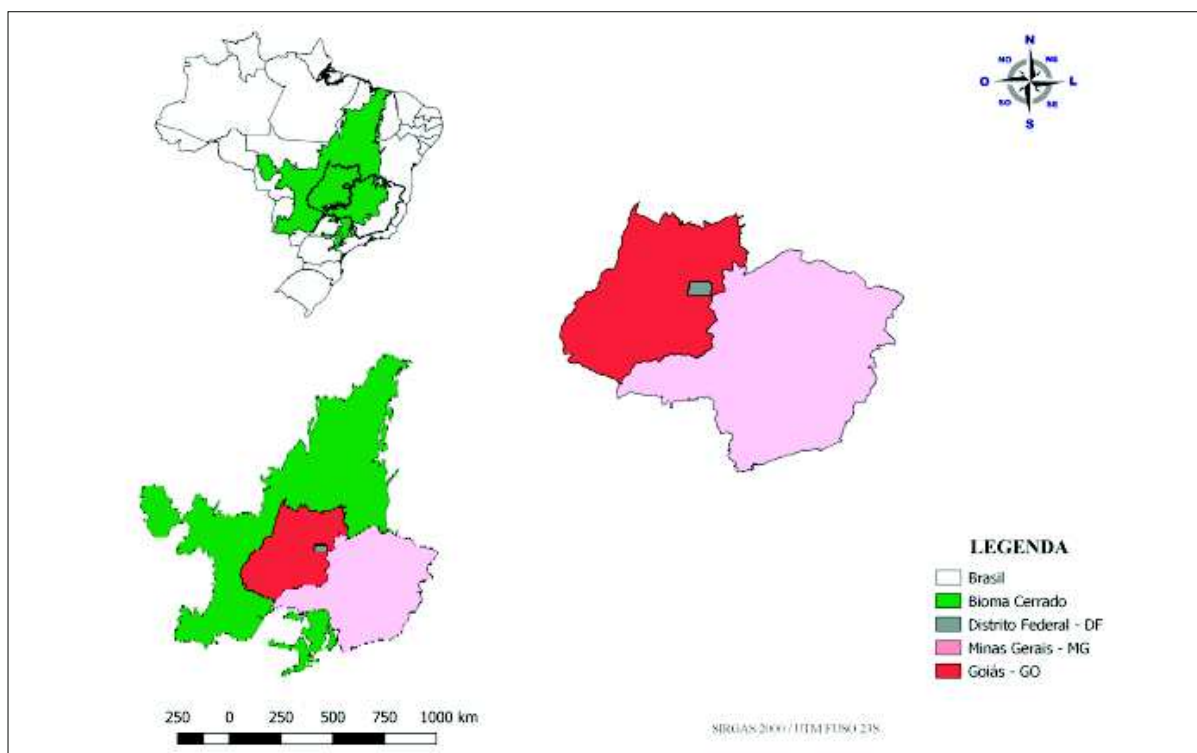
Buscando suprir em parte esta lacuna, o principal objetivo deste capítulo foi analisar se a realização de eventos como o Festival Gastronômico Cerrado Week contribui (ou pode contribuir) para a construção de novos mercados para os produtos agroextrativistas do Cerrado. O foco da pesquisa empírica que originou este capítulo concentrou-se na realização da primeira

e da segunda edição do Festival, realizadas, respectivamente, durante os períodos de 15 a 21 de setembro de 2014 e de 11 a 20 de setembro de 2015.

Inicialmente, foi realizada uma revisão da literatura focada na valorização de produtos agroextrativistas do Cerrado, incluindo artigos científicos publicados em revistas acadêmicas, trabalhos inéditos de estudantes (monografias, dissertações de mestrado e teses de doutorado) e literatura sobre a gastronomia regional, o consumo e a alimentação alternativa em conexão com os produtos do Cerrado. Além da revisão da literatura e da pesquisa documental sobre as principais questões trabalhadas, foi feita uma pesquisa de campo que consistiu em visitas, observações e entrevistas realizadas durante as duas edições do Festival. Foram 16 entrevistas semiestruturadas, realizadas principalmente com chefes de cozinha e responsáveis por alguns dos estabelecimentos (restaurantes, bares, cafés, pizzaria, padarias, etc.) que participaram do Festival em Brasília e Entorno, e no estado de Goiás, especialmente nas áreas turísticas da Chapada dos Veadeiros e Pirenópolis.

Entrevistas adicionais foram realizadas com representantes do movimento Slow Food, os principais organizadores do Festival Gastronômico Cerrado Week, e com outros atores envolvidos na comercialização de produtos do Cerrado. Além das entrevistas, foram visitadas 13 feiras de produtos agroextrativistas e produtos orgânicos, sendo 10 localizadas em Brasília e Entorno, duas no estado de Goiás e uma no estado de Minas Gerais (Figura 1).

Figura 1: Localização das feiras visitadas em Brasília e Entorno, Goiás e Minas Gerais



Fonte: Fernanda Duarte (2019). Figura realizada a partir da Base cartográfica vetorial contínua do Brasil ao milionésimo (BCIM) e Mapas de Estudos Ambientais (IBGE, 2017). Disponível em: <https://portaldemapas.ibge.gov.br/porta.php#mapa220344>. Acesso em: 20 maio 2019.

Duas perguntas principais nortearam este capítulo. O Festival Gastronômico Cerrado Week se constitui como um dispositivo territorial de valorização e construção social de sistemas agroalimentares alternativos e de novos mercados para os produtos agroextrativistas do Cerrado? As relações entre a gastronomia e os sistemas agroalimentares alternativos no Cerrado são relações harmoniosas ou conflituosas?

Como respostas provisórias a estas perguntas, temos duas hipóteses. A primeira, de que o Festival Gastronômico Cerrado Week pode se configurar como um dispositivo importante no

processo de valorização e construção social de sistemas agroalimentares alternativos e de novos mercados para os produtos agroextrativistas do Cerrado, na medida em que potencializa os esforços de um grupo de atores no sentido de recuperar os valores identitários, culturais, tradicionais e socioambientais relacionados ao bioma; além de desenvolver mecanismos que, de acordo com a perspectiva dos sistemas alimentares alternativos, promovem a aproximação entre produtores e consumidores. A segunda hipótese é a de que, atualmente, as relações entre a gastronomia e os sistemas agroalimentares alternativos são relações harmoniosas, pois os atores envolvidos demonstram ter os mesmos interesses, voltados para a conservação da sociobiodiversidade e dos patrimônios alimentares do Cerrado.

Além desta introdução, na primeira seção do capítulo apresentamos os principais conceitos que compõem o quadro analítico utilizado, especialmente a abordagem da sociologia econômica relacionada à construção social de sistemas agroalimentares alternativos e novos mercados. Na segunda, apresentamos e discutimos os resultados sobre as duas edições do Festival Gastronômico Cerrado Week e a construção social de mercados de produtos agroextrativistas do Cerrado. Finalmente, nas conclusões, retomamos as discussões teóricas e factuais das seções anteriores, buscando responder às perguntas norteadoras deste capítulo.

2. Sistemas agroalimentares alternativos e construção social de novos mercados

A transformação nos sistemas produtivos tradicionais e na economia do Cerrado foi uma das consequências imediatas de

programas do Governo Federal implantados a partir dos anos de 1960 para desenvolver a agroindústria na região. O Centro-Oeste tornou-se uma área de produção agroindustrial devidamente integrada às novas dinâmicas econômicas do país, orientadas pelo crescimento industrial e pela hegemonia do sistema agroalimentar global – normalmente dominado por complexos agroindustriais nacionais e estrangeiros. A literatura observa a duplicação da superfície ocupada para a agricultura moderna em apenas 15 anos e um aumento exponencial na produção de soja no mesmo período (CARNEIRO FILHO; COSTA, 2016). Relatório recentemente publicado pelo Banco Mundial (HTENAS; TANIMICHI-HOBERG; BROWN, 2017) demonstra os impactos do sistema agrícola global implementado a partir da Revolução Verde pelas grandes corporações agroalimentares, consideradas como verdadeiros impérios alimentares (PLOEG, 2008), na dieta alimentar tradicional e sua relação com a má nutrição e a crescente obesidade da população de vários países.

No caso do Cerrado brasileiro, a perda de áreas de vegetação nativa, a redução das distâncias entre as áreas rurais e urbanas e as distâncias crescentes que precisam ser percorridas para a coleta dos produtos agroextrativistas, que fazem parte da dieta alimentar das populações locais, contribuíram para a mudança dos hábitos alimentares tradicionais em favor dos produtos industrializados e padronizados produzidos pelo agronegócio, que podem ser adquiridos com mais facilidade. Assim, acompanhando a tendência mundial de consolidação do sistema agroalimentar global, o modelo de desenvolvimento da agricultura implementado no Cerrado brasileiro não somente acarretou impactos na sociobiodiversidade e mudanças nos sistemas alimentares locais, como

contribuiu, igualmente, para aumentar o distanciamento entre os produtores e os consumidores.

Esse modelo instalou uma nova dinâmica de construção e desenvolvimento territorial (PECQUEUR, 1996) e acarretou profundas transformações econômicas e sociais. Ao mesmo tempo que alcançou um desenvolvimento produtivo e econômico reconhecido nacionalmente e internacionalmente pela produção e exportação de grãos, o Cerrado teve suas paisagens alteradas de forma rápida e praticamente irreversível, com quase metade da vegetação original convertida para a grande agricultura e pecuária. Atualmente, o bioma tem apenas cerca de 20% de sua vegetação nativa intacta, e essas áreas remanescentes estão bastante afetadas (BEUCHLE *et al.*, 2015).

Em áreas do Cerrado onde a vegetação nativa foi poupada, a biodiversidade é ainda utilizada pelas populações locais, especialmente para fins medicinais e alimentares (RIBEIRO *et al.*, 2008). A coleta dos produtos florestais não madeireiros representa o sustento de grande parte da população rural e cumpre um papel crucial no cotidiano e sustentabilidade das populações tradicionais, seja como garantia da segurança alimentar, como fonte renda e insumos ou, ainda, como ferramenta para a conservação dos recursos naturais e dos patrimônios culturais (DUARTE, 2002; AFONSO; ÂNGELO, 2009).

Além da biodiversidade, as populações locais e os patrimônios culturais, como os patrimônios alimentares, foram ignorados e tornaram-se bastante vulneráveis nas últimas décadas. Entretanto, apesar desta vulnerabilidade, povos tradicionais, agroextrativistas e uma grande parcela dos agricultores familiares ainda conseguem extrair e produzir no Cerrado para seu sustento e para o consumo local, sem grandes impactos nos

ecossistemas do bioma e mantendo os referenciais identitários do território, como os patrimônios alimentares, os saberes e as práticas que lhes dão suporte.

É possível afirmar que o processo de construção do Cerrado como um território de desenvolvimento foi e continua sendo marcado por conflitos de interesses, por lutas pela apropriação dos recursos naturais e por movimentos de resistência das populações locais. Nesse sentido, os enfoques econômicos não são suficientes para dar conta da diversidade e riqueza desses processos. Os conceitos de território como campo de forças e como espaço de relações de poder (RAFFESTIN, 1993), como espaço de problemas e de projetos (TONNEAU; SABOURIN, 2007) e o conceito de território de identidade (ECHEVERRI, 2009) trazem consigo um potencial analítico que possibilita um outro olhar sobre o desenvolvimento do Cerrado. Em especial, as abordagens sobre territórios de identidade, patrimônios alimentares e mercados alternativos, interconectados pelas noções de identidade e pertencimento, permitem compreender os processos de resistência dos atores, ou grupos de atores, como as populações agroextrativistas e os atores gastronômicos.

A literatura sobre a alimentação no Cerrado (KUWAE; MONEGO; FERNANDES, 2009; MEDEIROS, 2011) indica que os primeiros povos do bioma, em especial as populações indígenas descendentes do tronco Macro-jê, da família Jê e da família Tupi-Guarani, plantavam diferentes produtos e coletavam sementes para sua subsistência. A esses primeiros povos agregaram-se outros que chegaram ao longo dos fluxos migratórios e que passaram a praticar a coleta e a fazer uso dos produtos da biodiversidade da região (RODRIGUES, 2004). Ainda hoje, o extrativismo é a principal maneira de obter esses produtos e é

amplamente desenvolvido por agricultores familiares e comunidades tradicionais, como o povo Kalunga, remanescente de quilombos, que habita o nordeste do estado de Goiás e inclui mais de 50 comunidades.

Do processo de mestiçagem que marcou a história do Cerrado resultou em uma riqueza cultural, e os hábitos alimentares das populações tradicionais ainda se fazem presentes no cotidiano de grande parte da população local como marcas registradas de sua identidade territorial. As tradições culinárias das populações locais permanecem fortemente ligadas ao uso de certas frutas e sementes regionais, seja em seu cotidiano, seja na preparação de pratos típicos, sucos, licores e doces consumidos em festas e ocasiões especiais (COELHO; BAHIA; VASCONCELOS, 2009; ZANETTI, 2017).

Mais recentemente, o processo de homogeneização e padronização alimentar, associado aos sistemas agroalimentares globais, tem encontrado a resistência de movimentos e ações de atores territoriais que buscam dar visibilidade e valorizar seus produtos e patrimônios alimentares por meio de processos formais ou informais de patrimonialização; nas palavras de Katz (2016), processos de patrimonialização institucional ou espontânea. A estreita relação entre os conceitos de identidade, território e patrimônio, especialmente o patrimônio alimentar, é apontada em estudos recentes sobre a gastronomia brasileira (WOORTMANN; CAVIGNAC, 2016).

Dentre os movimentos de valorização dos patrimônios alimentares territorializados, salienta-se o de gastronomização das chamadas “cozinhas de *terroir*”, iniciado na década de 1980 na França. De acordo com Katz (2016), esse movimento se internacionalizou e encontrou eco em muitos países: “Nos últimos anos,

os produtos agropecuários ‘localizados’ – ou ‘produtos de *terroir*’ –, alguns dos quais tinham saído de moda, foram revalorizados, certificados ou patrimonializados em um número significativo de países” (KATZ, 2016, p. 17), e se tornaram também objeto de “gastronomização” (POULAIN, 2016). Segundo esses autores, apesar da valorização dos produtos tradicionais e cozinhas locais, o processo de gastronomização coloca o risco da elitização da culinária. De acordo com Bricas, Lamine e Casablanca (2013), o risco de elitização culinária pode ser historicamente associado ao relacionamento entre agricultura e alimentação, entre produtores e consumidores; um relacionamento de distanciamento “[...] geográfico, com maiores distâncias de abastecimento dos mercados; econômico, com a multiplicação de intermediários nas cadeias de valores; cognitivo, com a especialização do conhecimento e o acesso dos consumidores a informações cada vez mais complexas”.¹¹⁴ (BRICAS; LAMINE; CASABIANCA, 2013, p. 67, tradução nossa). Outro fator importante a ser ressaltado refere-se à massificação e desterritorialização da alimentação.

A relação entre agricultura e alimentação, organizada em escala mundial, ampliou o distanciamento entre os lugares de produção e de origem dos produtos alimentares e os consumidores (FRIEDMANN, 1993). Dessa forma, o deslocamento entre a produção de alimentos e o seu consumo produziu um processo de desterritorialização e de homogeneização dos produtos, conferindo à localização geográfica uma subalternidade em relação aos mercados mundializados, cada vez mais complexos e dinâmicos (TRICHES; SCHNEIDER, 2015).

114 “[...] géographique, avec l’allongement des distances d’approvisionnement des marchés ; économique, avec la multiplication des intermédiaires dans les filières ; cognitive, avec la spécialisation des connaissances et l’accès des mangeurs à des informations de plus en plus complexes.” (BRICAS; LAMINE; CASABIANCA, 2013, p. 67).

A questão do distanciamento entre produtores e consumidores tem sido foco de investigação de Moustier (2017). Em seus estudos sobre os países do Sul, a autora salienta as vantagens de dispositivos como os mercados de proximidade ou os circuitos curtos, colocados em prática pelos atores de um determinado território, as quais seriam: redução das incertezas em termos de quantidade e preço das transações e da qualidade dos produtos; promoção do intercâmbio de informações e inovações para a adaptação dos produtos às demandas dos consumidores finais; contribuição para o desenvolvimento de relações de confiança e de solidariedade entre produtores e consumidores.

O conceito de “Sistema Agroalimentar Alternativo” segue na mesma direção de aproximação entre produtores e consumidores territorializados e potencializa as possibilidades de ruptura com o sistema “global” ou “dominante”. Geralmente é usado para descrever um conjunto diversificado de iniciativas, incluindo a realocação da produção e do consumo, como as marcas de territorialização da produção, as indicações geográficas, as formas de comercialização aproximando os produtores dos consumidores como os circuitos curtos, etc. (DEVERRE; LAMINE, 2010).

Essa abordagem tem por objetivo compreender a construção social de novos mercados diferenciados e de proximidade. Para a nova sociologia econômica, o mercado não é o resultado de um encontro espontâneo entre a oferta e a demanda, mas de lutas políticas empreendidas por uma rede de atores que se engajam num processo de qualificação dos produtos (NIEDERLE, 2014b; 2014a). As redes de relações sociais são, portanto, uma dimensão essencial da construção social dos mercados. Entende-se por *redes* um conjunto de contatos e conexões sociais entre indivíduos ou grupos, cuja ação de um membro da rede

incorpora influências diretas de outros atores por estarem interligados (GRANOVETTER, 1985).

Nesse sentido, os pressupostos centrais da nova sociologia econômica são de que a ação econômica é uma forma de ação social, e que, portanto, as instituições econômicas são construções sociais (GRANOVETTER, 1985). Um dos elementos menos conhecidos dessa abordagem em termos de construção social dos mercados refere-se às ordens sociais apoiadas pelos mercados (DE RAYMOND; CHAUVIN, 2014). A construção de mercados corresponde, também, à estruturação de determinadas posições sociais, ou seja, algumas categorias de atores se identificam com certas categorias de produtos, como os produtos orgânicos, por exemplo. O risco de elitização desse processo pode ser colocado com a singularização dos produtos (KARPIK, 2007), uma vez que, ao serem qualificados, os produtos adquirem uma certa reputação, podendo ser distinguidos e, assim, encontrar novos mercados.

Embora os sistemas agroalimentares alternativos sejam, em geral, uma resposta a algumas lacunas do “sistema alimentar globalizado”, estes podem ter distintas ênfases nos diferentes países. Por exemplo, na Itália e na França, nas relações entre a agricultura e a gastronomia, a valorização da culinária local aparece como o elemento mais importante, o que é simbolizado pelo movimento Slow Food (DEVERRE; LAMINE, 2010). Este movimento, nascido na década de 1980 a partir de uma crítica ao produtivismo representado pelo *fast food*, tem se expandido gradualmente em todo o mundo (DE LIMA, 2015). No Brasil, os sistemas agroalimentares alternativos buscam superar a exclusão dos agricultores familiares dos mercados e das cadeias produtivas modernas (ZANETI; BALESTRO, 2015).

3. O papel da gastronomia “do Cerrado” na construção de sistemas agroalimentares alternativos

3.1 O Festival Gastronômico Cerrado Week

A primeira edição do Festival Gastronômico Cerrado Week foi realizada em 2014, a partir de uma iniciativa de um grupo de chefes de cozinha e de donos de restaurantes de Brasília e do estado de Goiás, sendo conduzida por Ana Paula Jacques, Coordenadora-Geral do Festival e Colíder do Slow Food Cerrado, para quem o principal objetivo do Festival foi:

Ampliar o conhecimento do público sobre o potencial gastronômico das espécies nativas do Cerrado e ao mesmo tempo criar uma demanda regular para esses produtos, fomentando, assim, toda a cadeia produtiva dos agroextrativistas e cooperativas que utilizam o bioma como sua fonte de renda.¹¹⁵

Essa iniciativa, que contou com a adesão de 38 estabelecimentos (restaurantes, cafés, sorveterias, padarias, *food-trucks* e bares), teve um caráter inovador e demonstrou um avanço, seja em termos de organização dos atores envolvidos, seja no que concerne aos objetivos de valorização dos produtos do Cerrado na gastronomia.

A segunda edição do Festival, realizada em 2015, foi organizada pelo movimento Slow Food Cerrado em parceria com a Central do Cerrado, a Rede Cerrado Sociobiodiversidade, o Serviço Nacional do Comércio (Senac), a revista *Prazeres da MESA*,

115 Disponível em: <https://www.facebook.com/SlowFoodCerrado/posts/919881811358750/>. Acesso em: 20 maio 2016.

o Centro Universitário Instituto de Educação Superior de Brasília (IESB) e a Enoteca Decanter. O número de participantes foi de 57 estabelecimentos, demonstrando dinamicidade e força organizacional das redes sociais dos atores gastronômicos envolvidos nas duas edições do evento.

O Festival expandiu-se para além de Brasília e Goiás, alcançando os estados de Mato Grosso e São Paulo. O aumento do número de estabelecimentos e a expansão geográfica do evento, apresentados na Tabela 1, mostram a evolução do evento.

As entrevistas realizadas permitiram identificar alguns dos fatores que motivaram os chefes e donos dos estabelecimentos a participarem do evento, dentre os quais se destacaram: o fato de muitos já conhecerem e usarem produtos do Cerrado em seus pratos; o desejo de expandir o conhecimento e valorizar os potenciais de uso desses produtos; a aspiração de recuperar e divulgar os saberes locais e a identidade ligados à alimentação. Essas motivações estão vinculadas à tendência atual da alta gastronomia – uso do patrimônio alimentar local e sua vinculação à sociobiodiversidade, além dos interesses puramente econômicos.

Dentre as entrevistas, duas foram realizadas em restaurantes que participaram apenas da primeira edição do Festival, em 2014, um em Brasília e outro em Pirenópolis, estado de Goiás. Em ambas o fator econômico aparece destacado como um dos motivos para a não participação na segunda edição: o pequeno retorno financeiro em relação aos investimentos realizados, em função da dificuldade de aceitação dos produtos do Cerrado por parte dos clientes e da falta de divulgação do evento.

Tabela 1: Evolução quantitativa do Festival Gastronômico Cerrado Week (2014-2015)

| 1ª edição – 2014 | | 2ª edição - 2015 | |
|----------------------------|---|----------------------------|---|
| Número de estabelecimentos | Localização (estados) | Número de estabelecimentos | Localização (estados) |
| 35 | Distrito Federal (Brasília e Cidades Satélites) | 52 | Distrito Federal (Brasília e Cidades Satélites) |
| 03 | Goiás | 03 | Goiás |
| - | - | 01 | São Paulo |
| - | - | 01 | Mato Grosso |
| 38 | 02 | 57 | 04 |

Fonte: Elaboração dos autores (2016).

Além da evolução quantitativa, em termos do número de estados e de estabelecimentos participantes, na segunda edição observou-se uma evolução qualitativa na proposta de realização do evento. Com o objetivo de utilizar de forma consciente e solidária os produtos da sociobiodiversidade do Cerrado e fomentar a cadeia produtiva dos agroextrativistas, associações e cooperativas, os estabelecimentos se comprometeram a utilizar ingredientes que seguissem as premissas do alimento “bom” (saboroso), “limpo” (processos de produção sustentáveis) e “justo” (remuneração justa aos envolvidos na cadeia produtiva).

Para que os consumidores tivessem conhecimento da origem dos alimentos degustados, alguns dos estabelecimentos se empenharam, igualmente, em indicar o fornecedor do principal ingrediente utilizado e se engajaram na propaganda e venda de produtos agroextrativistas processados localmente, como pimentas, geleias, licores, entre outros.

Segundo avaliação dos entrevistados, da primeira à segunda edição do Festival, houve, de maneira geral, um aumento da demanda e uma melhor aceitação desses produtos por parte dos clientes que tiveram oportunidade de degustar, a preços acessíveis, uma gama variada de pratos, alguns dos quais com a assinatura de renomados chefes da alta gastronomia local e regional.

Além desses aspectos, a troca de informações entre os chefes nas redes de relações pessoais e profissionais existentes no mundo da gastronomia local e regional também foi um fator importante para viabilizar a realização do Festival, o que está de acordo com a afirmação de Granovetter (1985) sobre a importância das redes de relações sociais como uma dimensão essencial da construção social dos mercados.

Embora informações tenham sido compartilhadas antes e durante o evento, observou-se que, em geral, há uma falta de conhecimento sobre o potencial gastronômico dos produtos do Cerrado, e que a troca de informações entre os chefes ainda é bastante restrita fora do espaço do evento. Esta lacuna também foi observada em pesquisa sobre o uso dos frutos do Cerrado pelos proprietários de 28 restaurantes, em quatro cidades turísticas do estado de Goiás. Desses restaurantes, 71% usaram algumas frutas do Cerrado em seu cardápio, mas apenas 14% deles conheciam suas propriedades nutricionais e todo seu potencial gastronômico (RODRIGUES, 2004).

Quanto aos produtos mais utilizados durante a realização do Festival, os resultados da pesquisa surpreenderam pela variedade de sementes, frutos e outros produtos apontada pelos chefes, o que evidencia um processo de expansão no uso dos produtos, para além daqueles mais tradicionais já conhecidos pelo público consumidor e com um mercado garantido.

A lista de sementes e frutos engloba pequi (*Caryocar brasiliense*), buriti (*Mauritia flexuosa*), mangaba (*Hancornia speciosa*), cagaita (*Eugenia dysenterica*), bacupari (*Salazón crassifolia*), cajuzinho do cerrado (*Anacardium humile*), araticum (*Annona crassifolia*), jatobá do Cerrado (*Hymenaea stilbocarpa*), guariroba (*Syagrus oleracea*), pimenta-de-bode (*Capsicum chinense* “Adjuma”), banana-da-terra (*Musa paradisiaca*), pitanga-do-cerrado (*Eugenia calycina*), baru (*Dipteryx alata*), diversas castanhas, e baunilha do Cerrado (*Vanilla edwalli*), entre outros. Estes produtos, na maioria das vezes, compõem os pratos na forma de geleias, molhos, cremes, licores, conservas e farinhas.

Desta lista, o pequi é um exemplo ilustrativo do processo de apropriação e uso gastronômico de produtos tradicionais pelos chefes. Considerado como a “carne” do Cerrado, com um mercado consolidado, o pequi é rico em proteínas, poliglicerídeos e carboidratos e contém alto teor de pró-vitamina (RODRIGUES, 2004). É amplamente usado em pratos consumidos pela população local e regional, como “o arroz com pequi” ou “frango com pequi”, além de servir como base de licores. Também é encontrado em feiras sob a forma de conservas e óleo. Seu sabor e cheiro são muito marcantes, e as práticas tradicionais de preparo e consumo são bastante específicas. A degustação de pequi exige cortar a polpa ao redor do núcleo para evitar lesões graves causadas pelos espinhos que se encontram no interior do

fruto, o que impede o uso de talheres. Em função disso, os usos na alta gastronomia diferem da prática tradicional de servir os frutos cozidos e inteiros. Em alguns restaurantes das cidades turísticas da região, os clientes são alertados sobre os cuidados no seu consumo. O uso do fruto inteiro, no entanto, continua a ser uma prática comum em alguns restaurantes e no cotidiano da maioria dos consumidores.

3.2 Gastronomização e construção social de novos mercados para os produtos agroextrativistas do Cerrado

O mercado nacional dos produtos agroextrativistas do Cerrado encontra-se em expansão, como mostra uma iniciativa da parceria entre a Prefeitura de São Paulo e o Instituto ATA, do chef Alex Atala, de abrir espaço para produtos da Caatinga e do Cerrado no Mercado Municipal de Pinheiros, bairro nobre da cidade de São Paulo, dentre os quais estão produtos feitos a partir do pequi.

Além do mercado nacional, o mercado internacional tem mostrado um interesse crescente pelo lado exótico e a origem sustentável de alguns produtos do Cerrado. Em sua análise sobre o comportamento, taxas de crescimento da produção e preços de produtos não madeireiros do Cerrado brasileiro durante o período de 1982 a 2005, Afonso e Ângelo (2009) demonstraram que, em razão de seu valor comercial, alguns desses produtos já romperam os limites dos mercados locais e nacionais e ganharam o mercado internacional, como é o caso do pequi.

Ainda sobre a expansão do mercado, segundo a Central do Cerrado, somente no ano de 2007, foram vendidos 50 quilos de castanha de baru do Centro de Estudos e Exploração do Cerra-

do (Cenesc), de Pirenópolis, Goiás, para uma empresa da Itália, e duas toneladas de pequi em conserva da Cooperativa de Produtores Rurais e Catadores de Pequi (Cooperjap) de Minas Gerais para uma empresa no Canadá. A Cooperjap também espera ingressar no mercado da Índia com o óleo de pequi.

Duas observações devem ser feitas: mesmo que consumidos *in natura* ou na forma de suco por parte das populações locais, e apesar da crescente visibilidade, nem todos os produtos do Cerrado hoje utilizados na gastronomia podem ser caracterizados como patrimônios alimentares com um mercado garantido; e, mesmo quando seu uso é generalizado e tradicional nas áreas rurais, grande parte dos produtos da biodiversidade do Cerrado, inclusive aqueles usados durante a semana gastronômica, permanecem desconhecidos para o grande público em geral, especialmente os consumidores urbanos, e seu consumo se restringe a uma clientela muito específica. A cagaita, por exemplo, é um fruto que, apesar das qualidades de sabor, é altamente perecível e reconhecido, em algumas regiões como um produto que apresenta alguma toxicidade. Atualmente, seu uso tem sido divulgado pela gastronomia; e o sabor ácido desta fruta já aparece em geleias, sucos e sorvetes vendidos em centros urbanos.

Embora seja consumida em algumas comunidades, a semente do baru, também conhecida como cumbaru, é outro exemplo de um produto que não faz parte do patrimônio alimentar tradicional do Cerrado. Foi a partir do processo de torrefação, implementado por moradores urbanos e rurais, e da construção social de um novo mercado associado ao bioma do Cerrado, que o consumo da semente de baru se desenvolveu e popularizou. As sementes do baru estão sendo utilizadas com

sucesso na gastronomia no Brasil e no exterior, e são vendidas em pousadas de cidades turísticas e em centros urbanos sob a forma de pequenas amostras, para incentivar turistas e consumidores a descobrir o novo produto.

A baunilha do Cerrado, utilizada na aromatização de vários tipos de alimentos, principalmente doces, sorvetes, chocolates, bebidas e bolos, não só interfere no sabor final do prato, como permite a preservação dos alimentos. Este produto, consumido pelas populações mais antigas, tem um forte relacionamento com a história da cidade de Goiás, também conhecida como Goiás Velho. Por ser encontrado apenas em áreas específicas do Cerrado e devido às dificuldades em seu cultivo, nos dias atuais poucas pessoas o conhecem e utilizam. No entanto, há um movimento entre alguns chefes no sentido de realizar pesquisas sobre o produto e de divulgá-lo. Hoje, a baunilha do Cerrado faz parte de um projeto liderado pelo Instituto ATA que visa desenvolver a produção e processamento sustentáveis junto aos povos Kalunga. Vale ressaltar, também, o interesse pela baunilha do Cerrado demonstrado pelo chef Agenor Maia durante as entrevistas realizadas ao longo deste capítulo. Este chefe está formando um grupo de pesquisa sobre o produto e o tem divulgado em todo o Brasil.

A lista dos produtos mais utilizados pelos chefes também inclui outras categorias além de frutas e sementes, como a carne do java-porco do Cerrado, proveniente do cruzamento entre o porco doméstico (*Sus scrofa domesticus*) e o javali (*Sus scrofa*), a queixada (*Tayassu pecari*) e o cathetus (*Pecari tajacu*). A carne exótica e de baixa gordura e calorias desses animais é altamente apreciada pelos chefes e pela clientela de restaurantes especializados, e sua demanda tem aumentado. Seus preparativos mais

comuns são os assados e carnes com molho. Porém, algumas inovações foram feitas em receitas tradicionais, como a preparação da carne com pequi ou com geleia de alguma das frutas do Cerrado.

Pode-se observar, também, a forte tendência dos chefes no sentido de usar produtos produzidos de forma sustentável, como farinha de mandioca, tomate, milho, café, taioba (*Xanthosoma sagittifolium*), araruta (*Maranta arundinacea*), vegetais em geral, açúcar e melaço de muscovado, vinho, entre outros produtos orgânicos. Esta tendência está de acordo com a observação de Poulain (2012, p. 184, tradução nossa):

É chique comer produtos ecológicos e selvagens. (...) O ecologismo e os conhecimentos sobre a biodiversidade são um dos elementos de “distinção”, a expertise é valorizada socialmente e uma prova de atualidade. (...) As elites dos países em desenvolvimento podem desempenhar um papel nessa área.¹¹⁶ (POULAIN, 2012, p. 184).

As inovações e experimentos realizados pelos chefes, na preparação dos pratos com frutos do Cerrado, como a mistura de ingredientes e condimentos, a exemplo do café com pequi e geleias de diferentes frutos com pimenta moída, demonstram e acentuam o potencial desses produtos, procurando servir o paladar de uma clientela de gosto refinado. A sofisticação conferida aos pratos tradicionais, seja na receita, seja na apresentação, pode ser visualizada na Figura 2.

116 “C’est chic de manger des produits écologiques et sauvages. (...) L’écologisme et les connaissances en matière de biodiversité sont un des éléments de ‘distinction’, l’expertise est socialement valorisée et une preuve d’actualité. (...) Les élites des pays en voie de développement peuvent jouer un rôle en ce domaine.” (POULAIN, 2012, p. 184).

Figura 2: Processo de gastronomização dos produtos agroextrativistas do Cerrado: Arroz com pequi



Foto: Stéphane Guéneau (2017).

De fato, uma grande parte dos clientes do Festival Gastronômico Cerrado Week e dos restaurantes envolvidos na promoção dos produtos do Cerrado é formada por um certo segmento de consumidores, normalmente, de alto poder aquisitivo e/ou alto nível intelectual e educacional. Este segmento associa aos pratos gastronômicos representações simbólicas relacionadas a um consumo de prestígio, algo que se afasta da visão promovida pelos chefes e outros atores da gastronomia, como o movimento Slow Food. A clientela dos estabelecimentos é formada principalmente por jovens, a maioria entre 20 e 40 anos, de classe alta e classe média alta (A e B), com consciência sociocultural e ambiental. São pessoas ou famílias que procuram produtos com a identidade do Cerrado e da sustentabilidade.

Estudo recente realizado em todo o Brasil pelo Instituto da Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), em parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Senar) (SENAR, 2014), comprovou uma correlação direta entre a inclusão de frutas na lista de alimentos consumidos e a classe social dos brasileiros. Esta correlação aumenta no caso das frutas consideradas como “exóticas” que têm um valor agregado superior às frutas tradicionalmente encontradas em maior abundância, cujos preços altos são inacessíveis para as pessoas das classes mais baixas. Os estudos mostram que, mesmo nesse contexto altamente seletivo, o mercado de frutas exóticas tem registrado aumento nas vendas e no uso por chefes de renomados de restaurantes do eixo Rio-São Paulo, possibilitando novas experiências gustativas ao cliente da alta gastronomia.

Em geral, a preparação dos alimentos nos restaurantes mais sofisticados, especialmente nos pratos com a assinatura de chefes renomados que tentam inovar as receitas e adaptá-las ao gosto dos clientes, difere da preparação tradicional feita pela população do Cerrado. Nesse sentido, os chefes promovem um processo de reconstrução e reinvenção, uma releitura das práticas alimentares tradicionais. Este processo de atualização e adaptação contínua é típico da dinâmica dos patrimônios, especialmente dos patrimônios alimentares, como assinala Poulain (2012).

No que diz respeito ao abastecimento, os principais fornecedores indicados pelos chefes foram os agricultores familiares e os produtores individuais das cidades-satélites de Brasília (Sobradinho, Lago Oeste, Braslândia, Tororó, Guará e Cruzeiro) e do estado de Goiás (Pirenópolis, Corumbá, Abadiânia, Anápolis, Goiás Velho, Trindade, Goiânia, Paraúna e Jataí), os intermediários diretos e as feiras de Brasília e Entorno. Apesar do importante papel da

Central do Cerrado na comercialização de uma série de produtos agroextrativistas do Cerrado e na intermediação entre os consumidores e os agricultores familiares e comunidades tradicionais organizadas em associações e cooperativas, sua participação no fornecimento foi apontada como secundária pelos entrevistados.

A grande maioria dos produtos é colocada nas feiras pelos próprios produtores ou por pequenos grupos de produtores organizados informalmente. De forma geral, a cadeia é formada em sua base por agricultores familiares e pessoas que vivem do extrativismo, e passa pela venda direta nas estradas ou mercados locais ou pela venda a particulares, associações, cooperativas e intermediários para chegar ao consumidor final.

É importante observar que os chefes procuram comprar produtos locais e manter, sempre que possível, uma certa “fidelização” em relação aos fornecedores, o que explica a proximidade entre os pontos de venda de alguns produtos e os estabelecimentos que participaram do Festival, o que demonstra uma sintonia com a proposta dos sistemas agroalimentares alternativos e dos mercados de proximidade.

Quando questionados sobre a origem dos produtos, a grande maioria dos feirantes que trabalha com produtos extrativistas (frutos e sementes) não respondeu sobre quem são seus fornecedores. Os feirantes se referem, quase sempre, a terceiros e atravessadores, cujos nomes não são revelados. Pelo menos duas razões podem ser apontadas para isso: 1) por realmente não saber, uma vez que alguns fornecedores não são fixos – muitos motoristas trazem cargas de pequi e araticum de outros estados do Cerrado para o Distrito Federal, seja para agilizar o fluxo de saída dos frutos coletados pelas comunidades rurais, seja para compensarem a carga ociosa e minimizarem os custos das viagens; e 2) apesar de

conhecer e ter uma relação de confiança com seus fornecedores, os comerciantes não informam a origem dos produtos, uma vez que as cargas são informais e, portanto, não há registros e, muito menos, informações detalhadas sobre as mesmas. A dificuldade em identificar a origem dos produtos também foi observada por Andrade, Diniz e Barbosa-Silva (2012) em uma pesquisa sobre fornecedores de frutas do Cerrado para estabelecimentos do setor alimentar e industrial do Distrito Federal e Entorno: “Muitos estabelecimentos, principalmente restaurantes regionais, compram seus frutos, mas não conhecem sua origem.” (ANDRADE; DINIZ; BARBOSA-SILVA, 2012, p. 14).

A falta de informações precisas sobre a origem dos produtos comercializados nas feiras torna difícil identificar e compreender a forma como atuam os atores envolvidos na cadeia e seu papel na construção social dos mercados, assim como evidencia a quase inexistência de redes de fornecedores e de cadeias produtivas bem estruturadas.

Além da irregularidade no fornecimento, as principais dificuldades destacadas estão relacionadas ao armazenamento, conservação e processamento de alguns produtos. De acordo com os chefes, são necessários mais estudos e pesquisas, bem como inovações que permitam a adaptação e singularização dos produtos, o que contribuiria para uma melhor aceitação dos clientes e, conseqüentemente, para a consolidação de novos mercados.

Observou-se um consenso entre os entrevistados sobre a grande maioria das questões levantadas, mas não sobre a importância da certificação dos produtos agroextrativistas do Cerrado. As respostas foram muito diversificadas e podem ser resumidas nas seguintes afirmações: “Ainda falta organização das cadeias para se chegar à certificação”; “A certificação é uma coisa boa,

mas os clientes não são muito exigentes. O que conta é o preço dos produtos e do prato”; “A certificação ajudaria muito e agregaria positivamente no processo de valorização dos produtos do Cerrado, desde que fosse confiável”; “Os produtos da agricultura familiar devem manter sua identidade e a certificação pode discriminar aqueles que não têm um volume de produção suficiente”.

Essas afirmações mostram certa desconfiança e distanciamento crítico em relação aos processos de certificação. Evidenciam, igualmente, que o movimento de gastronomização dos produtos agroextrativistas do Cerrado se insere em uma dinâmica de patrimonialização informal ou espontânea liderada por atores sociais ligados à gastronomia (KATZ, 2016; POULAIN, 2012).

O movimento de gastronomização tem se intensificado, e festivais gastronômicos como o Cerrado Week têm se destacado nas agendas de Brasília e Entorno. Em 2017, o Festival Gastronômico Panelas da Casa contou com a participação de 15 restaurantes, e o evento Restaurant Week com a participação de 51 restaurantes. A importância do uso dos produtos locais – uma das ideias-força desses eventos – e as vantagens da aproximação entre os produtores e os consumidores são ressaltadas por dois renomados chefes:

“É importante valorizar o que encontramos por aqui. São produtos mais frescos, mais saudáveis que, às vezes, são colhidos de manhã e você come à noite no restaurante” (Gil Guimarães); “Eu compro um produto de qualidade, natural, orgânico, mais saudável, enquanto o produtor consegue o dinheiro para a próxima produção e o sustento da família”.¹¹⁷ (Mara Alcamin).

117 Disponível em: http://df.divirtasemais.com.br/app/noticia/gastronomia/2017/10/25/noticia_gastronomia,159392/panela-candanga.shtml. Acesso em: 10 nov. 2017.

4. Conclusões

As redes sociais ligadas à organização e à realização das duas edições do Festival deram mostra de dinamicidade e força organizacional: o evento serviu, efetivamente, de vitrine para os estabelecimentos participantes; contribuiu para ampliar o conhecimento sobre os produtos, seu potencial alimentar e possibilidades de uso; deu visibilidade a uma gama diversificada de produtos para além daqueles conhecidos pelo grande público; estimulou a interação entre práticas tradicionais e inovações técnicas da alta gastronomia; promoveu a aproximação entre produtores e consumidores.

Esses pontos positivos evidenciam a importância do Festival Gastronômico Cerrado Week como um dispositivo importante no processo de valorização e construção social de sistemas agroalimentares alternativos e de novos mercados para os produtos agroextrativistas do Cerrado, confirmando, assim, nossa primeira hipótese.

Entretanto, a pesquisa também ressaltou obstáculos e dificuldades que indicam diferenças de recursos entre os atores envolvidos e sinalizam possíveis riscos, o que requer um certo distanciamento crítico (GOODMAN; DUPUIS; GOODMAN, 2012). Dentre os riscos, salientamos o risco de uma “individualização” dos conhecimentos tradicionais e dos patrimônios alimentares que foram construídos coletivamente ao longo de gerações. A apropriação individual, ou “individualização”, se dá na medida em que eles são resgatados, apropriados e, por fim, transformados em pratos assinados por chefes renomados, muitas vezes sem qualquer menção à sua origem – algo que se afasta da visão promovida pelos chefes e outros atores

da gastronomia, como o movimento Slow Food. Entretanto, mesmo que, na maioria das vezes, as inovações no uso dos produtos e na preparação dos pratos mais sofisticados se afastem do uso e preparação tradicionais, como no caso emblemático do pequi, os chefes promovem uma releitura que mistura conhecimentos tradicionais e técnicas de alta gastronomia, guardando como base de referência práticas alimentares que fazem parte dos patrimônios alimentares.

Pode-se dizer que o processo de gastronômização evidenciado nas duas edições do Festival Gastronômico Cerrado Week valoriza e eleva o nível dos produtos aos padrões da alta cozinha, contribuindo para uma melhor aceitação dos clientes e para a construção de novos mercados; mas, como indicado pela literatura, oculta relações de poder e desigualdades entre os atores envolvidos, dando margem para um segundo risco: o risco de a gastronômização promover a elitização dos patrimônios alimentares e dos sistemas agroalimentares alternativos serem convertidos em instrumento para uma política de “perfeição”. De fato, observou-se que grande parte dos clientes do Festival Cerrado Week e dos restaurantes envolvidos na promoção de produtos do Cerrado é composta por um determinado segmento de consumidores – seja de alta renda, seja de um alto padrão intelectual e educacional, que associa aos pratos gastronômicos representações simbólicas relacionadas à sustentabilidade, à identidade do Cerrado e a um consumo de prestígio. O risco de os sistemas agroalimentares alternativos serem convertidos em instrumento para uma política de “perfeição” que sirva aos interesses de uma elite ou determinada classe superior (GOODMAN; DUPUIS; GOODMAN, 2012), em lugar de converter-se em práticas democráticas reais que permitam uma efetiva

potencialização do uso dos produtos pelos consumidores, em geral já acontece em relação aos produtos orgânicos e pode se estender aos produtos agroextrativistas do Cerrado.

Um terceiro risco refere-se à “mercantilização” dos produtos e patrimônios alimentares do Cerrado. Mesmo que a construção social dos mercados alternativos não seja o simples resultado do encontro espontâneo entre a oferta e a demanda, sua consolidação e expansão pode se inserir nesta lógica. Uma vez introduzidos em um mercado desterritorializado, os alimentos se transformam em simples mercadorias desprovidas dos significados intrínsecos e imensuráveis que os caracterizam como patrimônios alimentares portadores de identidades territoriais e passam a ter seu valor definido pela lógica econômica. Além disso, a desconexão com o território de origem pode acarretar um distanciamento entre produtores e consumidores, semelhante ao que ocorre com os produtos estandardizados nos mercados globalizados.

Na medida em que os produtos ganhem visibilidade, sejam valorizados e se insiram num mercado em acelerada expansão, vão acirrar o interesse dos grandes compradores e colocar, consequentemente, um quarto risco: o de sua “superexploração” e o “acirramento da disputa pelos recursos do território”, nos mesmos moldes do que ocorre nos sistemas agroalimentares dominados pelas grandes empresas multinacionais ligadas ao agronegócio, trazendo prejuízos incalculáveis para a biodiversidade e vulnerabilidade para as populações agroextrativistas menos favorecidas em termos de terra, capital e tecnologia, e, portanto, sem condições de atenderem à demanda. Esse processo já pode ser observado em algumas áreas do Cerrado em relação à produção do baru.

Os dispositivos de certificação e patrimonialização já disponíveis e colocados em prática no Brasil (IPHAN, 2017) poderiam fazer frente a este risco e atuar como salvaguardas dos patrimônios alimentares do Cerrado. No entanto, os resultados do trabalho apontaram para uma posição ambígua e reticente dos entrevistados em relação aos processos de certificação. Este é um tema que restou em descoberto e que merece um estudo mais aprofundado, seguindo as pistas indicadas por Fournier, Lepiller e Simonet (2018) em trabalho sobre o Vale de Vicdessos, situado no departamento de Ariège, França.

No que se refere à nossa segunda hipótese, é possível dizer que, atualmente, há uma relação de “complementaridade funcional” e de sinergia, portanto, uma relação harmoniosa entre a gastronomia e os sistemas agroalimentares alternativos no Cerrado brasileiro. Os resultados sobre as motivações dos chefes, em participar do Festival Gastronômico Cerrado Week, mostraram interesses comuns que guardam uma identidade com o território e uma preocupação com a conservação de sua socio-biodiversidade e seus patrimônios alimentares. No entanto, outros atores participam direta ou indiretamente desses processos e seus interesses parecem estar desconectados das motivações dos chefes.

Os riscos observados ao longo deste capítulo apontam para contradições latentes que poderão se manifestar na forma de conflitos no médio e longo prazos. Isto pode ser explicado pelo fato de que iniciativas contrahegemônicas, como os sistemas agroalimentares alternativos, acabam refletindo as contradições do sistema capitalista no qual estão inseridas (DUARTE, 1986). Assim, as relações que hoje são harmoniosas e de complementaridade podem se transformar em relações de conflito,

a depender das estratégias, disputas de interesses e correlação de forças entre o conjunto de atores envolvidos. Neste caso, o poder de “resistência” e de empoderamento das populações agroextrativistas e uma aliança com os chefes terão um papel fundamental, especialmente na defesa dos patrimônios alimentares do Cerrado.

Duas perguntas se impõem neste final do capítulo, perguntas cujas respostas dependem de uma investigação mais profunda. Como as inovações e os conhecimentos produzidos pelos chefes retornam às comunidades e aos territórios de origem? Quais são os impactos da gastronomização, da crescente valorização dos produtos e da construção de mercados alimentares alternativo na biodiversidade, nas comunidades agroextrativistas e nos patrimônios alimentares do Cerrado? Como indicado no início do capítulo, este campo de estudo é novo no contexto do Cerrado e apresenta lacunas que constituem verdadeiros desafios para os pesquisadores.

Referências

ABRAMOVAY, Ricardo. *Moratória para os Cerrados: elementos para uma estratégia de agricultura sustentável*. São Paulo: Consórcio Atech; Museu Emílio Goeldi, 1999. 19 p.

AFONSO, Sandra Regina; ÂNGELO, Humberto. Mercado dos produtos florestais não madeireiros do cerrado Brasileiro. *Ciência Florestal*, v. 19, n. 3, p. 317-328, 2009.

ANDRADE, Daniquele Pinho; DINIZ, Janaína Deane de Abreu Sá; BARBOSA-SILVA, Denise. Mapeamento e tipologia dos fornecedores de frutos do cerrado para estabelecimentos do ramo alimentício e industrial do Distrito Federal e Entorno. In: 9º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DO DF E 18º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UNB. Decanato de Pesquisa e Pós-graduação - Programa de Iniciação Científica. Brasília: UnB, 2012.

BARQUERO, Antônio Vasquez. *Desenvolvimento endógeno em tempos de globalização*. Porto Alegre: UFRGS, 2002.

BEUCHLE, René *et al.* Land cover changes in the Brazilian Cerrado and Caatinga biomes from 1990 to 2010 based on a systematic remote sensing sampling approach. *Applied Geography*, v. 58, p. 116-127, 2015.

BRICAS, Nicolas; LAMINE, Claire; CASABIANCA, François. Agricultures et alimentations: des relations à repenser? *Natures Sciences Sociétés*, v. 21, n. 1, p. 66-70, 2013.

CAMPOS, Jurema Iara; VALENTE, Ana Lúcia Eduardo Farah. A construção do mercado para o café em Alto Paraíso de Goiás. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, v. 48, n. 1, p. 23-40, 2010.

CARNEIRO FILHO, Arnaldo; COSTA, Karine. *A expansão da Soja no Cerrado: caminhos para a ocupação territorial, uso do solo e produção sustentável*. São Paulo: INPUT - Incentivo para o Uso

da Terra; AGROICONE - Agricultura, Energia e Sustentabilidade, 2016. 30p.

COELHO, Danilo Simões; BAHIA, Eduardo Trindade; VASCONCELOS, Fernanda Carla Wasner. Aproveitamento Gastronômico do Pequi e Outros Frutos do Cerrado. VI Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. *Anais*. São Paulo, Brasil. São Paulo: Anptur, 2009. p. 1-12

DAROLT, Moacir Roberto; LAMINE, Claire; BRANDEMBURG, Alfio. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. *Agriculturas: Experiências em Agroecologia*, v. 10, n. 2, p. 8-13, 2013.

DE LIMA, Daniela Rodrigues Alves. O Movimento “Slow Food” e as mudanças alimentares no contexto da globalização. *REDD – Revista Espaço de Diálogo e Desconexão*, v. 8, n. 2, 2015.

DE LIMA DUARTE, Sthefane Cristina; THOMÉ, Karim Marini. Short food supply chain: estado da arte na academia brasileira. *Estudos Sociedade e Agricultura*, v. 23, n. 2, p. 315-340, 2015.

DE OLIVEIRA, Dario Alves de. et al. Potencial da biodiversidade vegetal da Região Norte do Estado de Minas Gerais. *Unimontes Científica*, v. 8, n. 1, p. 23-34, jan./jun. 2006..

DE RAYMOND, Antoine Bernard; CHAUVIN, Pierre-Marie. *Sociologie économique: histoire et courants contemporains*. Paris: Armand Colin, 2014.

DEVERRE, Christian; LAMINE, Claire. Les systèmes agroalimentaires alternatifs. Une revue de travaux anglophones en sciences sociales. *Économie Rurale*, n. 317, p. 57-73, 2010.

DINIZ, Janaína Deane de Abreu Sá; CERDAN, Claire. Produtos da sociobiodiversidade e cadeias curtas: aproximação socioespacial para uma valorização cultural e econômica. In: GAZOLLA, Marcio; SCHNEIDER, Sérgio (Org.). *Cadeias curta e redes*

alimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar. Porto Alegre: Editora UFRGS. 2016. p. 261-282.

DINIZ, Janaína Deane de Abreu Sá *et al.* Agregação de valores a espécies do Cerrado como oportunidade de inserção da agricultura familiar em mercados diferenciados. In: CONTERATO, Marcelo Antonio *et al.* (Org.). *Mercados e agricultura familiar: interfaces, conexões e conflitos*. Porto Alegre: Via Sapiens, 2013. p. 268-289.

DUARTE, Laura Maria Goulart. *Capitalismo e cooperativismo no RGS: o cooperativismo empresarial e a expansão do capitalismo no setor rural do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: L&PM; ANPOCS, 1986.

DUARTE, Laura Maria Goulart. Desenvolvimento sustentável: um olhar sobre os cerrados brasileiros. In: DUARTE, Laura Maria Goulart; THEODORO, Suzi Huff (Org.). *Dilemas do Cerrado: entre o ecologicamente (in)correto e o socialmente (in)justo*. Rio de Janeiro: Garamond, 2002. p. 11-22.

ECHEVERRI, Perico Rafael. *Identidade e território no Brasil*. Brasília: IICA, 2009.

FOURNIER, Tristan; LEPILLER, Olivier; SIMONET, Guillaume. Un patrimoine alimentaire endormi. Le cas de la vallée pyrénéenne du Vicdessos. *Ethnologie Française*, n. 3, p. 553-566, 2018.

FRIEDMANN, Harriet. The political economy of food: a global crisis. *New Left Review*, n. 197, p. 29-57, 1993.

GOODMAN, David; DUPUIS, E. Melanie; GOODMAN, Michael K. (Ed.). *Alternative food networks: knowledge, practice, and politics*. London: Routledge, 2012.

GRANOVETTER, Mark. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, v. 91, n.3, p. 481-510, 1985.

HTENAS, Aira Maria; TANIMICHI-HOBERG, Yurie; BROWN, Lynn. *An overview of links between obesity and food systems: implications for the food and agriculture global practice agenda*. Washington, D.C.: The World Bank, 2017.

IPHAN. Bens em Processo de Registro. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, 2017. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br>. Acesso em: 10 out. 2017.

KARPIK, Lucien. *L'économie des singularités*. Paris: Gallimard, 2007.

KATZ, Esther. Introdução. In: WOORTMANN, Ellen; CAVIGNAC, Julie A. (Org.). *Ensaio sobre a antropologia da alimentação: saberes, dinâmicas e patrimônios*. Natal: EDUFRN, 2016. p. 15-28.

KUWAE, Christiane Ayumi; MONEGO, Estelamaris Tronco; FERNANDES, Joana Aparecida. (Trans)formações de hábitos alimentares dos goianos. *CERES: Nutrição & Saúde*, v. 4, n. 1, p. 33-41, 2009.

MEDEIROS, Rita. *Gastronomia do Cerrado*. Brasília: Fundação Banco do Brasil, 2011.

MOLINARI, Gisele T.; PADULA, Antonio Domingos. A construção social da qualidade na microrregião do Vale dos Vinhedos. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, v. 51, n.1, p. 183-202, 2013.

MOUSTIER, Paule. Short urban food chains in developing countries: signs of the past or of the future? *Natures Sciences Sociétés*, v. 25, n. 1, p. 7-20, 2017.

NIEDERLE, Paulo Andre. Os agricultores ecologistas nos mercados para alimentos orgânicos: contramovimentos e novos circuitos de comércio. *Sustentabilidade em Debate*, v. 5, n. 3, p. 79-97, 2014a.

NIEDERLE, Paulo Andre. Políticas de valor nos mercados alimentares: movimentos sociais econômicos e a reconstrução das

trajetórias sociais dos alimentos agroecológicos. *Século XXI*, v. 4, n. 1, p. 162-189, 2014b.

NIEDERLE, Paulo Andre. Indicações geográficas para vinhos no Brasil e na França: os novos compromissos valorativos frente ao mercado global. *Agroalimentaria*, v. 21, n. 40, p. 123-143, 2015.

OLIVEIRA, Eliane de; DUARTE, Laura Maria Goulart. Economia camponesa a agricultura familiar: evolução do uso da biodiversidade do Cerrado. In: IV ENANPPAS - Encontro da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ambiente e Sociedade, *Anais*. Brasília: Anppas, 2008. 14p.

PECQUEUR, Bernard (Dir.). *Dynamiques territoriales et mutations économiques*. Paris: L'Harmattan. 1996.

PLOEG, Jan Douwe Van Der. *Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização*. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2008.

POULAIN, Jean-Pierre (Dir.). *Dictionnaire des cultures alimentaires*. Paris: Presses Universitaires de France, 2012.

POULAIN, Jean-Pierre. A gastronomização das cozinhas de terroir. In: WOORTMANN, Ellen; CAVIGNAC, Julie A. (Org.). *Ensaio sobre a antropologia da alimentação: saberes, dinâmicas e patrimônios*. Natal: EDUFRN, 2016. p. 31-54.

RAFFESTIN, Claude. *Por uma geografia do poder*. São Paulo: Ática, 1993.

REDIN, Ezequiel. Construção social de mercados: a produção orgânica nos assentamentos do Rio Grande do Sul, Brasil. *Interações*, v. 16, p. 55-66, 2015.

RIBEIRO, José Felipe *et al.* Usos múltiplos da biodiversidade no Bioma Cerrado: estratégia sustentável para a sociedade, o agronegócio e os recursos naturais. In: FALEIRO, Fábio Gelape; FARIAS NETO, Austeclinio Llopes de (Org.). *Savanas: desafios e*

estratégias para o equilíbrio entre sociedade, agronegócio e recursos naturais. Planaltina, DF: Embrapa Cerrados, 2008. p. 337-360.

RODRIGUES, Elaine Telles. *Frutos do Cerrado: a influência dos frutos do cerrado na diversificação da gastronomia*. 2004. 92 f. Monografia (Gastronomia e Segurança Alimentar) – Universidade de Brasília, Brasília 2004.

SACHS, Ignacy. *Caminhos para o desenvolvimento sustentável*. Rio de Janeiro: Garamond, 2000.

SENAR - Serviço Nacional de Aprendizagem Rural, 2014. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/produza-e-comercialize-frutas-que-estao-conquistando-o-mercado,ce7375d380a9e410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 20 jun. 2017.

TONNEAU, Jean Philippe; SABOURIN, Eric. *Agricultura familiar: interação entre políticas públicas e dinâmicas locais: ensinamentos a partir de casos*. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2007.

TRICHES, Rozane Marcia; SCHNEIDER, Sérgio. Alimentação, sistema agroalimentar e os consumidores: novas conexões para o desenvolvimento rural. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, v. 12, n. 75, p. 55-75, 2015.

WOORTMANN, Ellen; CAVIGNAC, Julie A. (Org.). *Ensaio sobre a Antropologia da alimentação: saberes, dinâmicas e patrimônios*. Natal: EDUFRN, 2016.

ZANETI, Tainá Bacellar. *Das panelas das nossas avós aos restaurantes de alta gastronomia: os processos sociais de valorização de produtos agroalimentares tradicionais*. 2012. 182 f. Dissertação de Mestrado (Agronegócios) – Universidade de Brasília, Brasília, 2012.

ZANETI, Tainá Bacellar. *Cozinha de raiz: as relações entre chefs, produtores e consumidores a partir do uso de produtos agroalimentares singulares na gastronomia contemporânea*. 2017. 373

f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

ZANETI, Tainá Bacellar; BALESTRO, Moisés Villamil. Valoração de produtos tradicionais no circuito gastronômico: lições do Cerrado. *Sustentabilidade em Debate*, v. 6, n. 1, p. 22-36, 2015.